

Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

**Intenções
de compras
para o**

M *Dia das* Mães

Mossoró



Abril 2025



CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO
DO RIO GRANDE DO NORTE**

Marcelo Fernandes de Queiroz

Presidente

DIVISÃO DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber

Diretor

Lívia Aires

Coordenadora de Inovação e Competitividade

Luiz Henrique Martins

Analista de Negócios

Eriadne Teixeira

Designer gráfico

INSTITUTO FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Kéren Heloísa

Nivaldo Gonçalves

Josiel da Costa

Jacqueline Aires

Maria Eduarda

Natália Pereira

Rogério Antunes

Débora da Cruz

Maria do Socorro

Maria Glória

Hugo Sergio

Pesquisadores





SUMÁRIO

1. Introdução _____ **04**

2. Aspectos técnicos _____ **05**

3. Síntese dos resultados _____ **06**

Intenções de compras _____ 06

Quem vai às compras _____ 07

Produtos _____ 11

Presenteados _____ 12

Gastos com presentes _____ 13

Forma de pagamento _____ 17

Local _____ 17

Comemoração especial _____ 21

Momento _____ 23

Movimentação econômica _____ 27



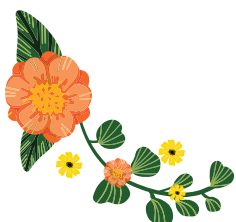
1 Introdução

Comemorado no segundo domingo de maio, o Dia das Mães é tradicional no calendário de compras dos brasileiros pelo forte apelo emocional, que afeta diversos públicos, independentemente da idade, sexo ou faixa de renda.

Nesse contexto, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto Fecomércio (IFC), realizou a pesquisa “Intenções de Compras para o Dia das Mães 2025”. Além de avaliar a intenção de consumo, a pesquisa busca identificar o quanto será gasto com presentes, as formas de pagamento, os elementos levados em consideração perante a compra, os principais locais de compras, as pretensões de comemorações, etc.

Tendo em vista a necessidade de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas, os empresários têm avaliado de forma positiva as pesquisas da Fecomércio RN, de maneira que as mesmas servem de monitoramento do mercado potiguar.

Espera-se, com a divulgação das pesquisas, atender ao desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores, gestores públicos e privados, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como dar oportunidade de disseminação do conhecimento.



2

Aspectos técnicos

As entrevistas ocorreram entre os dias 23 e 29 de abril de 2025. Este intervalo foi escolhido para que houvesse tempo suficiente para a tabulação, análise dos dados e divulgação dos mesmos com alguma antecedência em relação à data comemorativa.

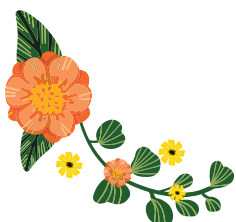
Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas com a aplicação de questionário estruturado e padronizado, junto a uma amostra representativa da população de consumidores residentes em Mossoró. Os dados coletados são primários, observados sob a técnica de pesquisa aplicada, sendo esta descritiva com efeito exploratório.

A amostra pesquisada foi determinada por critérios estatísticos, com o objetivo de garantir a maior fidedignidade possível. Em Mossoró, foram entrevistados 502 consumidores. Para que o trabalho apresentasse um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral de aproximadamente 3 pontos percentuais.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 25 perguntas, constituídas em sua maior parte por questões fechadas, sendo que algumas delas permitiam mais de uma alternativa como resposta. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

Para a realização da pesquisa foi utilizada uma equipe de entrevistadores com experiência neste tipo de trabalho. Os questionários foram submetidos a um acompanhamento, que consistiu na checagem dos dados obtidos individualmente pelos entrevistadores, para verificação das respostas e da adequação aos parâmetros amostrais.

A análise dos dados foi feita de forma descritiva e analítica, tirando conclusões que nos auxiliem a descrever a intenção da população, através da interpretação de gráficos e tabelas.



3

Síntese dos resultados

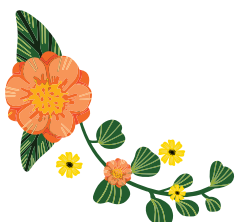
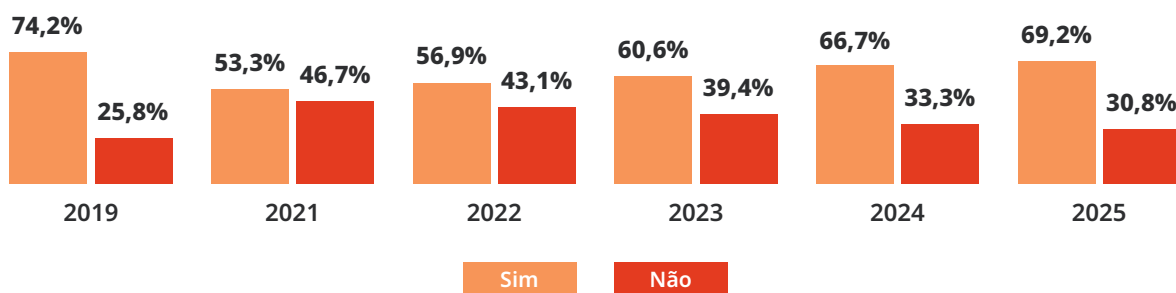
Intenções de compras

A pesquisa realizada em Mossoró aponta que 69,2% dos entrevistados pretendem presentear alguém durante o Dia das Mães, enquanto 30,8% afirmaram que não pretendem realizar compras relacionadas à data. Esse resultado demonstra a força da data comemorativa no calendário local e indica que, mesmo diante de possíveis restrições econômicas, a maioria da população mantém a intenção de homenagear figuras maternas com algum tipo de presente.

Ao comparar com anos anteriores, observa-se uma tendência de crescimento contínuo na intenção de compra desde 2021, quando apenas 53,3% tinham essa pretensão. Em 2022, o percentual subiu para 56,9%, em 2023 para 60,6% e em 2024 atingiu 66,7%, consolidando em 2025 o maior patamar dos últimos cinco anos. Ainda que o número atual esteja ligeiramente abaixo do registrado em 2019 (74,2%), o dado de 2025 representa uma recuperação significativa do consumo em relação ao período pós-pandemia, reforçando a retomada do poder de compra e a valorização das datas comemorativas pela população mossoroense.

Gráfico 1

Intenção de presentear durante o Dia das Mães:



Quem vai às compras

Os principais motivos apontados pelos consumidores que pretendem comprar presentes para o Dia das Mães foram: o fato de gostar das pessoas que vai presentear (63,4%), considerar que é um gesto importante (39,7%) e manter o costume de presentear na data (46%). Esses dados mostram que o ato de presentear está mais relacionado a vínculos afetivos e à valorização simbólica da data do que à tradição propriamente dita. Não foram registradas menções à categoria “Outros” neste ano.

O costume de presentear passou de 67,% em 2023 para 57,6% em 2024 e chegou a 46% em 2025 — o menor percentual da série desde 2022. Esse recuo pode indicar um enfraquecimento da tradição como principal motivador das compras. Por outro lado, a justificativa “gosta das pessoas que vai presentear” apresentou forte crescimento entre 2022 (43,1%) e 2024 (77,6%), mas registrou retração em 2025 (63,4%), ainda que continue sendo o principal fator. Já a percepção de que presentear é um “gesto importante” manteve-se relativamente estável, com oscilações discretas em todo o período analisado, indicando consistência no valor simbólico do ato.

Tabela 1

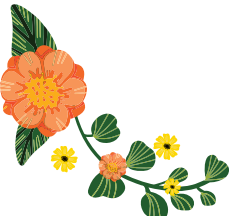
Motivos para presentear:

Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025
Gosta das pessoas que vai presentear	43,1%	68,3%	77,6%	63,4%
Costume de presentear na data	56,5%	67%	57,6%	46%
Gesto importante	37,3%	44,6%	38,8%	39,7%
Outros	0%	3,6%	1,8%	0%

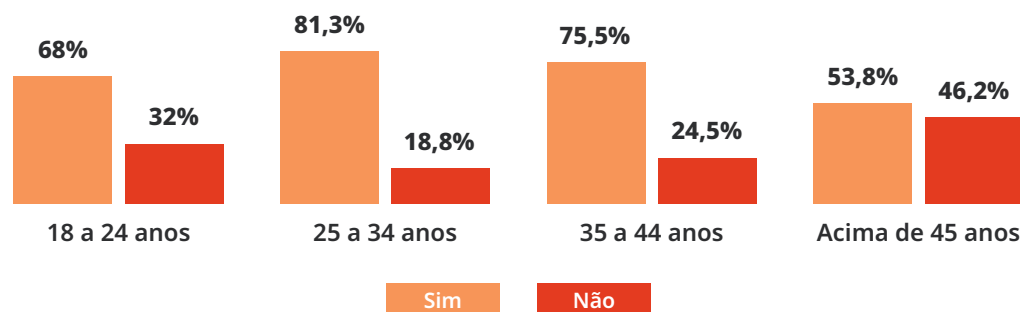
A análise por tipo de público revela nuances importantes no comportamento de compra dos consumidores de Mossoró no Dia das Mães em 2025. A intenção de presentear é ligeiramente mais elevada entre os homens (71%) do que entre as mulheres (67,4%).

Gráfico 2 Intenção de presentear por gênero:



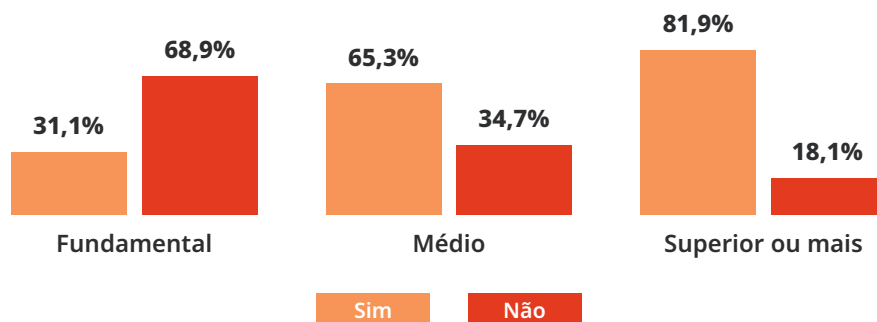
Em relação à faixa etária, o destaque vai para o grupo de 25 a 34 anos, com 81,3% de intenção de compra, seguido por quem tem entre 35 e 44 anos (75,5%). Já entre os consumidores com mais de 45 anos, a proporção cai para 53,8%, indicando menor engajamento com a data nesse segmento.

Gráfico 3 Intenção de presentear por faixa etária:



A escolaridade mostra-se um fator decisivo: quanto maior o nível de instrução, maior a intenção de compra. Apenas 31,1% dos consumidores com ensino fundamental pretendem presentear, contra 65,3% entre os que têm ensino médio e expressivos 81,9% entre os com ensino superior ou mais.

Gráfico 4 Intenção de presentear por escolaridade:



Da mesma forma, a renda influencia fortemente o comportamento de consumo: entre os que ganham até dois salários-mínimos, apenas 52,2% pretendem comprar presentes, enquanto entre os que recebem de 5 a 10 salários a intenção salta para 87,9%, chegando a 91,4% entre os que recebem mais de 10 salários-mínimos. Esses dados confirmam que fatores socioeconômicos impactam diretamente a decisão de compra e reforçam a necessidade de estratégias segmentadas por perfil de consumidor.

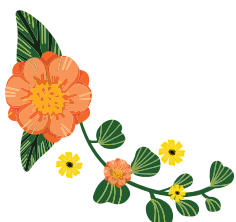
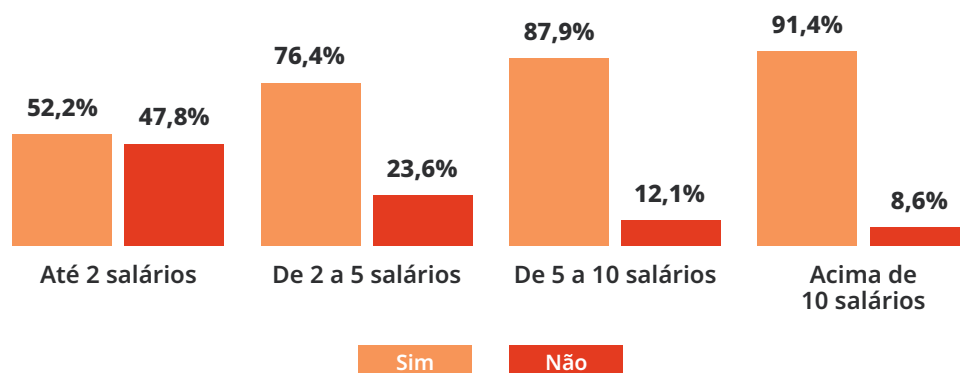


Gráfico 5 Intenção de presentear por renda:

Entre os consumidores que afirmaram não ter intenção de comprar presentes no Dia das Mães, os principais motivos apontados foram: não ter quem presentear (44,9%), falta de dinheiro (28,2%) e estar desempregado (14,1%). Outros fatores mencionados incluíram não gostar ou não comemorar a data (9,6%), o desejo de poupar (8,3%) e o acúmulo de dívidas (7,7%). Razões como distância (5,1%) e “outros” (0%) tiveram menor incidência.

Em relação aos anos anteriores, o percentual dos que dizem não ter quem presentear caiu pela primeira vez desde 2019, saindo de um pico de 59,3% em 2024 para 44,9% em 2025 — embora ainda permaneça como a principal justificativa. A falta de dinheiro, que chegou a superar os 40% entre 2019 e 2022, atingiu o seu menor valor em 2024 (25,1%) e teve leve aumento em 2025 (28,2%), sugerindo alguma recuperação no poder de compra. Já o desemprego, que havia registrado queda nos últimos dois anos (6,6% em 2023 e 3,6% em 2024), voltou a crescer em 2025, alcançando 14,1%, o maior nível desde 2022. Também chama atenção a elevação das menções à falta de identificação com a data (de 4,2% para 9,6%) e ao desejo de poupar (de 7,2% para 8,3%), indicando que fatores comportamentais e financeiros estão mais equilibrados entre as motivações para não presentear.

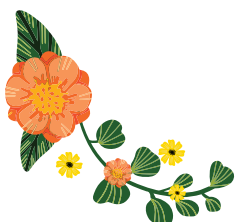


Tabela 2 Motivos para não presentear:

Múltiplas respostas

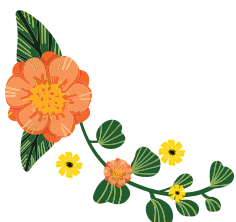
	2019	2021	2022	2023	2024	2025
Não tem quem presentear	19,4%	36,3%	45,2%	56,9%	59,3%	44,9%
Falta de dinheiro	38%	40,2%	40,6%	38,6%	25,1%	28,2%
Desemprego	6,2%	13,2%	17,3%	6,6%	3,6%	14,1%
Não gosta/Não comemora	20,9%	3,4%	8,1%	3,6%	4,2%	9,6%
Poupar	6,2%	15,4%	4,6%	1,5%	7,2%	8,3%
Dívidas/Contas em atraso	4,7%	11,1%	8,6%	4,6%	7,2%	7,7%
Distância	3,1%	5,1%	2%	7,1%	4,2%	5,1%
Pandemia	0%	29,5%	0%	0%	0%	0%
Outros	1,6%	2,6%	1,5%	3,6%	2,4%	0%

A maioria dos consumidores de Mossoró que pretende presentear no Dia das Mães deste ano afirma que irá comprar um presente (49,7%), enquanto 30,3% planejam adquirir dois itens e 19,9% indicaram a intenção de comprar três ou mais presentes. Este último percentual é o mais elevado da série histórica, sugerindo uma tendência de maior diversificação nas compras, seja para contemplar mais de uma pessoa, seja para complementar o presente principal com lembranças adicionais.

Ao longo dos anos, a opção por um único presente vem perdendo espaço desde 2019, quando representava 67,4% das respostas. Essa queda foi acentuada a partir de 2024 (46,7%), mantendo-se em patamar semelhante em 2025 (49,7%). Já o grupo que pretende comprar três ou mais itens tem crescido, passando de 8,3% em 2019 para o pico atual de 19,9%. Esse movimento pode refletir tanto uma recuperação no poder de compra quanto um maior envolvimento emocional e social com a data, o que leva o consumidor a ampliar o número de homenageados ou a valorizar mais o presente.

Tabela 3 Quantos presentes serão comprados?

	2019	2021	2022	2023	2024	2025
Um	67,4%	56,9%	60,2%	59,7%	46,7%	49,7%
Dois	24,1%	33,7%	29,7%	31%	38,7%	30,3%
Três ou mais	8,3%	9,4%	10%	9,2%	14,6%	19,9%
Não sabe/Não respondeu	0,3%	0%	0%	0%	0%	0%



Produtos

Os produtos mais mencionados pelos consumidores que pretendem presentear no Dia das Mães foram: perfumes e cosméticos (35,4%), vestuário (31,7%) e calçados ou bolsas (27,1%). Em menor proporção, também aparecem eletrodomésticos (12,3%), flores (9,4%) e itens de cama, mesa e banho (4%). Houve uma queda expressiva na indefinição sobre o que comprar, com apenas 7,1% dos entrevistados declarando não saber qual produto pretendem adquirir — o menor percentual da série histórica recente.

Comparando com anos anteriores, percebe-se uma tendência de crescimento sustentado na intenção de presentear com perfumes/cosméticos e calçados/bolsas, que atingiram em 2025 os maiores índices desde 2019. Já o vestuário, embora tenha registrado ligeira queda em relação a 2024 (de 35,5% para 31,7%), permanece entre as escolhas mais frequentes, demonstrando a continuidade da preferência por itens de uso pessoal. A intenção de presentear com eletrodomésticos e flores teve aumento expressivo, no caso dos eletrodomésticos de 6% em 2024 para 12,3% em 2025 e das flores de 1,5% em 2024 para 9,4% em 2025, o que pode indicar maior valorização de gestos simbólicos.

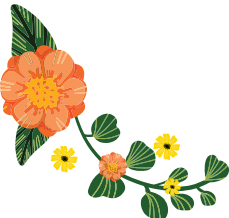
Por outro lado, itens de maior valor como celulares/eletrônicos e joias apresentaram oscilações sem tendência clara, mantendo-se com participação modesta. O resultado de 2025 reforça o foco dos consumidores em presentes de valor emocional e prático, em detrimento de itens mais caros ou duráveis.

Tabela 4

Produtos com os quais pretende presentear:

Múltiplas respostas

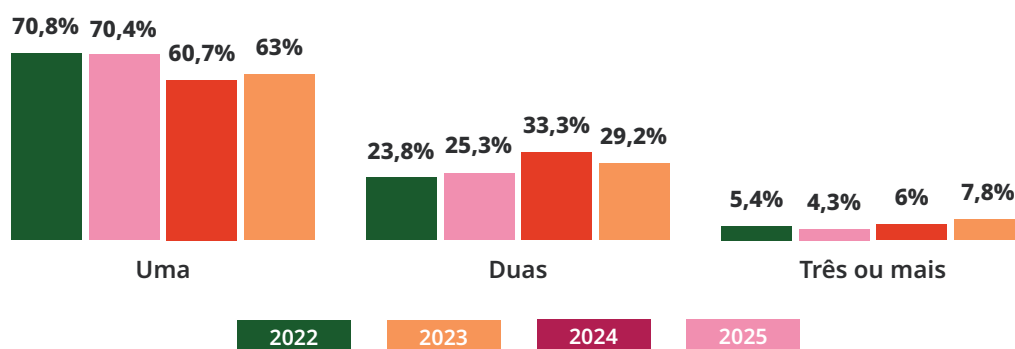
	2019	2021	2022	2023	2024	2025
Perfume/Cosmético	28,8%	21,7%	21,5%	28,1%	34%	35,4%
Vestuário	31%	27,3%	19,6%	26,4%	35,5%	31,7%
Calçados/Bolsas	12,7%	11,2%	16,9%	12,9%	23%	27,1%
Eletrodoméstico	11,6%	11,6%	9,2%	7,6%	6%	12,3%
Flores	2,2%	2,2%	2,7%	1,3%	1,5%	9,4%
Cama, mesa e banho	5,1%	4,1%	2,7%	4,3%	3%	4%
Celular/eletrônicos	3%	5,2%	4,6%	5%	2,4%	3,7%
Joias	2,4%	1,1%	4,2%	4,3%	5,1%	2,6%
Chocolates	1,1%	5,2%	3,8%	1%	2,1%	2,6%
Livro	0,8%	0%	0,8%	0,3%	0,9%	1,1%
Dinheiro	0%	0%	0%	0%	0,3%	0,3%
Outros	1,3%	2,2%	1,9%	0,3%	2,4%	0,6%
Não sabe	13,2%	27%	32,7%	26,4%	12,8%	7,1%



A maior parte dos consumidores de Mossoró que pretende participar do Dia das Mães planeja presentear uma pessoa (63%), enquanto 29,2% indicarão duas homenageadas e 7,8% afirmam que irão presentear três ou mais. Esses dados mostram uma leve expansão na intenção de presentear múltiplas pessoas, acompanhando uma tendência de maior abrangência nas celebrações, que pode incluir mães, sogras, avós e outras figuras maternas.

Analisando em relação aos anos anteriores, nota-se uma redução contínua da intenção de presentear apenas uma pessoa, que em 2022 e 2023 representava mais de 70% das respostas e caiu para 60,7% em 2024, mantendo-se em um patamar semelhante em 2025. Já a parcela que pretende presentear três ou mais pessoas segue crescendo gradualmente, de 5,4% em 2022 para o atual 7,8%, sinalizando um envolvimento mais amplo com a data e possivelmente refletindo relações familiares mais diversificadas ou estabilidade financeira mais favorável para uma parte dos consumidores.

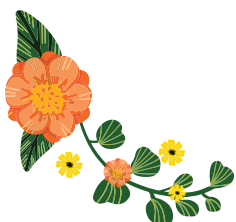
Gráfico 6 Quantas pessoas pretende presentear?



Presenteados

A maior parte dos entrevistados que pretende comprar presentes no Dia das Mães afirmou que irá presentear a mãe (84,9%), seguida por esposa ou companheira (28%), sogra (14,6%) e avó (4%). Também foram mencionadas, em menor escala, irmã (3,4%), a própria pessoa (2,9%), filha (1,7%), cunhada (1,1%) e amiga (0,9%). A pluralidade de destinatárias reflete a diversidade de papéis maternos reconhecidos pela população.

Embora a mãe continue sendo a principal homenageada, o percentual registrado em 2025 (84,9%) é o mais baixo da série histórica recente, sinalizando



possível diversificação dos vínculos afetivos contemplados ou até mudanças no perfil dos entrevistados. O destaque deste ano foi o aumento significativo da intenção de presentear a esposa ou companheira, que saltou de 19,7% em 2024 para 28% — o maior índice já registrado para essa categoria. Também chama atenção a estabilidade no percentual que pretende presentear a sogra, mantendo-se em 14,6%, mesmo após oscilações anteriores.

Categorias como avó, irmã e filha apresentaram variações, porém sem tendência clara. A proporção de pessoas que afirmam que irão se auto presentear (“a própria”) voltou a subir levemente (2,9%), após um período de queda entre 2022 e 2024, o que pode indicar uma busca por reconhecimento próprio em datas comemorativas. Em geral, os dados de 2025 sugerem um cenário em que, apesar da manutenção do foco na figura materna tradicional, cresce a valorização de outros laços familiares e afetivos.

Tabela 5

Quem serão os presenteados nesta data?

Múltiplas respostas

	2019	2021	2022	2023	2024	2025
Mãe	88,7%	88,4%	88,8%	89,4%	88,7%	84,9%
Esposa/ Companheira	16,4%	20,2%	24,6%	21,8%	19,7%	28%
Sogra	13,7%	9%	8,1%	11,2%	14,6%	14,6%
Avó	5,4%	4,9%	3,8%	3,6%	6,9%	4%
Irmã	2,4%	3,7%	0,8%	1,3%	5,7%	3,4%
A Própria	0,8%	6%	4,2%	2,3%	1,2%	2,9%
Filha	1,3%	2,6%	4,2%	3%	5,1%	1,7%
Cunhada	0,5%	0,4%	0%	0%	0,9%	1,1%
Amiga	1,3%	1,1%	0%	0%	0,9%	0,9%
Outros	3,5%	1,1%	0,8%	2%	0,6%	1,7%

Gastos com presentes

Neste ano, a maioria dos consumidores mossoroenses pretende gastar até R\$ 100 com o presente do Dia das Mães, representando 40,8% das respostas. Na sequência, 31,8% afirmaram que investirão entre R\$ 101 e R\$ 200, enquanto 16,5% planejam gastar entre R\$ 201 e R\$ 300. Um grupo menor, equivalente a 9,2%, declarou que pretende investir mais de R\$ 300, e apenas 1,7% não soube ou preferiu não responder.

Em relação aos anos anteriores, observa-se uma retomada do padrão de consumo mais concentrado nas faixas mais baixas de gasto. O percentual de



peessoas que pretendem gastar até R\$ 100 cresceu significativamente em 2025, após registrar 33,9% em 2024 e 27% em 2023, aproximando-se do patamar observado em 2019 (49,7%). Isso pode refletir uma maior cautela financeira da população, apesar da redução nas respostas de indecisos (NS/NR), que caíram de 28,8% em 2022 para 1,7% em 2025, evidenciando maior clareza sobre a intenção de compra.

O grupo que pretende gastar entre R\$ 101 e R\$ 200 manteve certa estabilidade, com 31,8% tanto em 2025 quanto em 2021, e números próximos nos demais anos. Já as faixas acima de R\$ 200 mostraram pequenas oscilações: a de R\$ 201 a R\$ 300 chegou ao maior patamar da série em 2025 (16,5%), enquanto o percentual que pretende gastar mais de R\$ 300 permaneceu abaixo dos valores registrados em 2019 (12,6%) e 2022 (15%). Esse comportamento sugere que, embora parte do público esteja disposta a gastar mais, a maioria ainda prioriza presentes de menor valor, mantendo um perfil de consumo moderado.

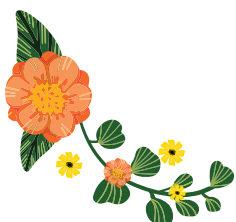
Tabela 6

Quanto pretende investir na compra de presentes?

	2019	2021	2022	2023	2024	2025
Até R\$ 100	49,7%	44,6%	20,8%	27%	33,9%	40,8%
De R\$ 101 a R\$ 200	27,3%	31,8%	26,9%	28,9%	32,4%	31,8%
De R\$ 201 a R\$ 300	8,8%	18,4%	8,5%	9,2%	15,2%	16,5%
Mais de R\$ 300	12,6%	0%	15%	12,5%	8,3%	9,2%
Não sabe/Não respondeu	1,6%	5,2%	28,8%	22,4%	10,1%	1,7%

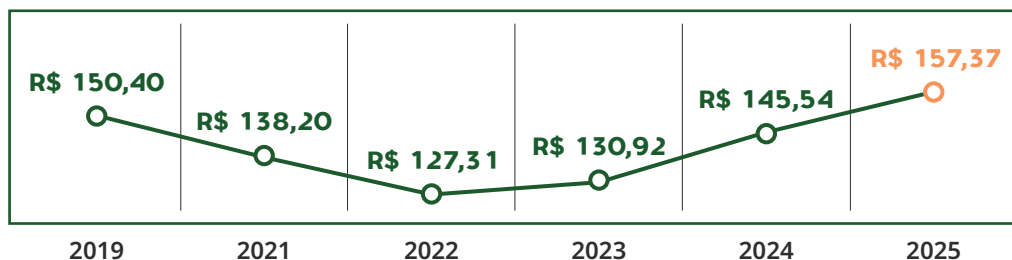
O gasto médio previsto pelo consumidor mossoroense com presentes para o Dia das Mães atingiu o valor de R\$ 157,37, o maior da série histórica iniciada em 2019. Isso representa um crescimento de 8,1% em relação ao valor médio de 2024, que havia sido de R\$ 145,54. O resultado reforça uma tendência de valorização da data no calendário comercial local, mesmo diante de um cenário em que a maior parte da população ainda opta por presentes de até R\$ 100.

Ao comparar com os anos anteriores, observa-se uma recuperação gradual após os menores valores registrados entre 2021 e 2023, quando o gasto médio oscilou entre R\$ 127,31 (2022) e R\$ 130,92 (2023). Em 2024, o valor médio já havia registrado uma elevação expressiva, e o acréscimo em 2025 consolida essa retomada, superando inclusive os R\$ 150,40 de 2019 — período



pré-pandemia. Essa evolução pode refletir fatores como maior previsibilidade econômica, redução da inflação em itens típicos de presente ou até uma mudança de comportamento, com consumidores investindo mais nos presentes mesmo com escolhas de menor custo unitário.

Gráfico 7 Gasto médio individual por ano:

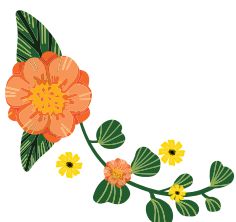


O valor médio de gastos com presentes para o Dia das Mães em Mossoró apresentou variações significativas entre os diferentes perfis de consumidores. Homens declararam intenção de gasto superior à das mulheres (R\$ 160,40 contra R\$ 154,34), enquanto o grupo com maior média de gasto por faixa etária foi o de 25 a 34 anos, com R\$ 170,26.

Gráfico 8 Gasto médio por gênero:



Gráfico 9 Gasto médio por faixa etária:



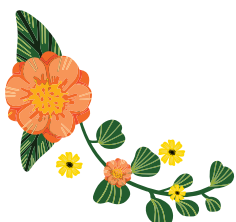
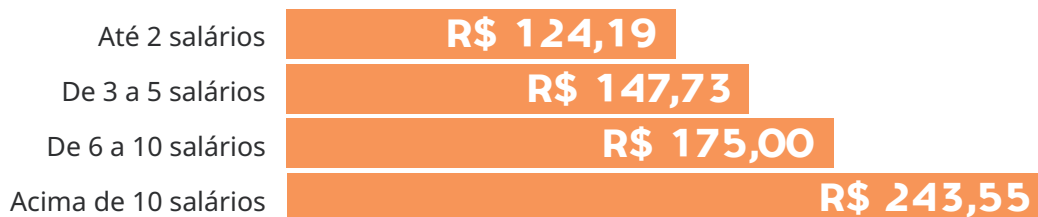
Na comparação por escolaridade, consumidores com ensino superior ou mais apresentaram o maior valor médio, chegando a R\$ 177,65. Já entre os estratos de renda, o gasto médio se mostrou fortemente proporcional ao poder aquisitivo: consumidores com renda acima de 10 salários mínimos pretendem gastar, em média, R\$ 243,55, quase o dobro da média geral.

Esse padrão por tipo de público reforça tendências observadas em outros anos da pesquisa, como a influência direta da renda e da escolaridade na disposição de consumo. O destaque em 2025, no entanto, é a elevação do *ticket* médio entre faixas tradicionalmente mais contidas, como os jovens de 18 a 24 anos (R\$ 130,88), o que pode sinalizar uma revalorização da data mesmo entre públicos com menor poder aquisitivo. Esse comportamento também pode estar atrelado ao crescimento do gasto médio geral observado neste ano (R\$ 157,37), impulsionado por um perfil consumidor mais propenso a investir em presentes mesmo em faixas de menor renda, como os que ganham até 2 salários-mínimos, que declararam média de R\$ 124,19, acima do valor registrado nos anos de 2021 e 2022.

Gráfico 10 Gasto médio por escolaridade:



Gráfico 11 Gasto médio por renda:



Forma de pagamento

A forma de pagamento mais citada pelos consumidores de Mossoró para as compras do Dia das Mães foi o cartão de crédito, com 56,9% das menções. Em segundo lugar aparece o dinheiro ou PIX, citado por 32,7% dos entrevistados, seguido pelo cartão de débito, com 9,8%, enquanto outras formas de pagamento praticamente não foram mencionadas (0,6%) e nenhum entrevistado optou por não responder.

O uso do cartão de crédito vem se consolidando como principal meio de pagamento desde 2021, com tendência de crescimento nos últimos anos. Em 2019, antes da pandemia, o pagamento em dinheiro/PIX (então predominantemente dinheiro) era a escolha majoritária (53,2%), mas perdeu força nos anos seguintes, especialmente com a maior difusão do crédito e o aumento do consumo parcelado. O débito, que teve seu pico de 20,5% em 2024, caiu em 2025, sinalizando possível preferência do consumidor por maior flexibilidade nas compras, algo mais viável com o crédito.

A análise mostra que, além da retomada do consumo, há uma evolução na forma como os consumidores lidam com o pagamento, priorizando métodos que possibilitam parcelamento e maior controle de fluxo de caixa — importante indício para o setor varejista pensar suas estratégias de vendas.

Tabela 7 Formas de pagamento mais utilizadas:

	2019	2021	2022	2023	2024	2025
Cartão de crédito	41,7%	50,6%	49,8%	48%	51,8%	56,9%
Dinheiro/PIX	53,2%	37,8%	26,6%	34,9%	27,7%	32,7%
Cartão de débito	3,5%	8,2%	13,9%	14,1%	20,5%	9,8%
Outros	0,3%	0,4%	0,4%	2,7%	0%	0,6%
Não sabe/Não respondeu	1,3%	3%	9,3%	0,3%	0%	0%

Local

A grande maioria dos consumidores de Mossoró pretende realizar suas compras do Dia das Mães na semana que antecede a data comemorativa (74,4%). Já 25,6% afirmaram que já haviam comprado seus presentes no momento da pesquisa, enquanto nenhum entrevistado declarou que deixaria para comprar após o período da celebração, e também não houve indecisos.



Comparando com anos anteriores, nota-se que o percentual de consumidores que anteciparam suas compras em 2025 (25,6%) recuou significativamente em relação a 2024, quando 38,7% já haviam efetuado suas aquisições, possivelmente refletindo um cenário econômico mais cauteloso ou a espera por promoções de última hora. Ainda assim, o resultado de 2025 está acima dos verificados em 2019 (14,4%) e 2021 (20,2%), mantendo-se em um patamar intermediário.

A manutenção da tendência de concentração das compras na semana anterior é um dado relevante para o comércio local, que deve reforçar ações promocionais e comunicação nesse período, aproveitando o maior fluxo de consumidores que deixam para decidir suas compras em cima da hora.

Tabela 8 Quando irá realizar as compras?

	2019	2021	2022	2023	2024	2025
Na semana que antecede	84,8%	76,8%	73,2%	76,3%	61,3%	74,4%
Já comprou	14,4%	20,2%	25,7%	23,4%	38,7%	25,6%
Depois do período do dia das mães	0%	1,9%	0,4%	0,3%	0%	0%
Não sabe/Não respondeu	0,8%	1,1%	0,8%	0%	0%	0%

Sobre a pesquisa de preço, 77,7% dos consumidores mossoroenses afirmaram que pretendem pesquisar os valores dos produtos antes de comprar os presentes do Dia das Mães, enquanto 22,3% não têm essa intenção. Esse dado reforça o comportamento cada vez mais racional do consumidor, que busca maximizar o valor percebido nas compras, mesmo em datas comemorativas.

O percentual de 2025 mostra uma ligeira alta em relação a 2024 (75,3%), indicando uma retomada da preocupação com o preço após uma leve oscilação. O resultado deste ano se aproxima do pico registrado em 2022 (80,8%), que foi o maior da série histórica recente. Em relação a 2021 (67,9%) e 2023 (70%), observa-se um crescimento mais expressivo. Esse movimento pode estar associado à maior oferta de canais de comparação online e ao comportamento cauteloso do consumidor diante do cenário econômico.

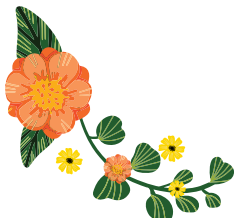
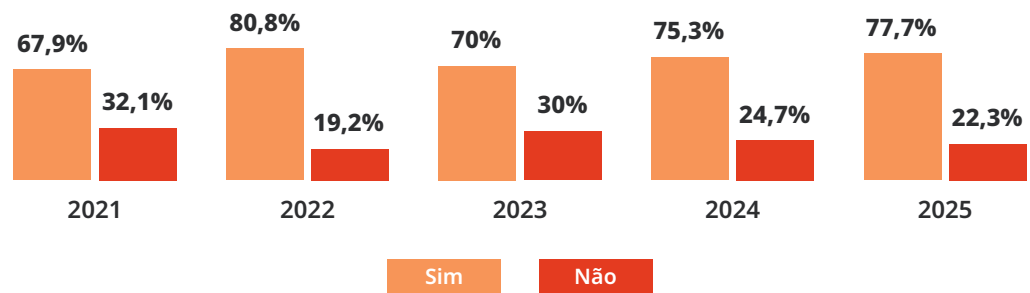


Gráfico 12 Pretende fazer pesquisa de preço?

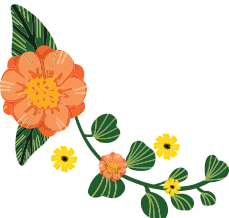


O comércio de rua permanece como o principal local de compra para o Dia das Mães em Mossoró, sendo a escolha de 51,1% dos consumidores. Em segundo lugar aparecem os shoppings, com 36,9%, seguidos pela internet (9,8%) e outros locais (2,2%). Nenhum entrevistado deixou de responder à pergunta este ano.

Ao longo dos anos, o comércio de rua se manteve como líder absoluto na preferência dos consumidores mossoroenses. Ainda que sua participação tenha diminuído em comparação com 2019 (64,9%), continua à frente de todos os outros canais em todos os anos analisados. A participação dos shoppings tem crescido progressivamente, passando de 28,9% em 2019 para 36,9% em 2025 — seu maior patamar da série histórica. Já as compras pela internet oscilaram bastante: após atingirem pico em 2021 (18,2%), recuaram para o patamar de 9,8% neste ano, comportamento que pode refletir uma retomada mais forte do consumo presencial no período. Esses dados reforçam a importância do comércio de rua em Mossoró, ainda que os shoppings estejam ganhando espaço de forma gradual.

Tabela 9 Onde pretende comprar?

	2019	2021	2022	2023	2024	2025
Comércio de rua	64,9%	52,1%	44,7%	56,9%	50%	51,1%
Shopping	28,9%	26,9%	27%	29,7%	32%	36,9%
Internet	2,5%	18,2%	13,1%	9,5%	16,3%	9,8%
Outros	0,6%	1,7%	0%	3,5%	1,7%	2,2%
Não sabe/Não respondeu	3,1%	1,2%	15,2%	0,4%	0%	0%



Com base nos dados da pesquisa, observa-se que o nível de preços continua sendo o principal fator decisivo para a escolha do local de compra, sendo citado por 37,8% dos entrevistados em 2025, o maior percentual da série histórica desde 2022. Isso reforça a sensibilidade do consumidor moossorense ao preço, especialmente em datas comemorativas como o Dia das Mães.

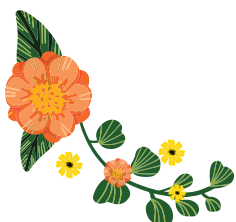
A variedade de produtos, embora continue como o segundo critério mais importante, teve uma queda em relação aos anos anteriores, passando de 26,8% em 2024 para 23,9% em 2025. A qualidade dos produtos voltou a ganhar relevância (16,7%), retomando o patamar de 2022 e superando os dois anos anteriores, o que pode indicar uma valorização maior da durabilidade ou simbologia dos presentes.

O atendimento também apresentou leve crescimento, subindo para 8,6% em 2025. Por outro lado, critérios como conforto/comodidade e localização recuaram, com o primeiro chegando a apenas 1,2%, o menor nível da série, o que pode refletir um consumidor mais disposto a se deslocar e menos exigente com o ambiente da loja, desde que os preços e produtos sejam atrativos.

A facilidade de pagamento segue com peso pouco expressivo (1,4%), e o percentual de pessoas que não souberam responder cresceu discretamente, de 0,3% em 2024 para 1,7% em 2025. Esses dados evidenciam que, apesar da diversidade de fatores considerados, o preço continua sendo o maior determinante da decisão de compra no comércio local.

Tabela 10 Fatores que vão determinar a escolha do local de compra:

	2022	2023	2024	2025
Nível de preços	35,5%	33,3%	35,7%	37,8%
Variedade de produtos	26%	29%	26,8%	23,9%
Qualidade dos produtos	16,9%	10%	14,6%	16,7%
Atendimento	4,8%	8%	7,7%	8,6%
Localização	6,9%	7,3%	5,1%	4,9%
Facilidade de pagamento	0,9%	0,3%	1,5%	1,4%
Conforto/Comodidade	4,8%	9,3%	5,4%	1,2%
Outros	1,7%	2%	3%	3,7%
Não sabe	2,6%	0,7%	0,3%	1,7%



Comemoração especial

Os consumidores mossoroenses pretendem comemorar o Dia das Mães de forma mais ativa fora do ambiente doméstico. O percentual de pessoas que planejam almoçar ou jantar em um restaurante atingiu 17,2%, o maior índice desde 2021, indicando um fortalecimento da retomada do setor de alimentação fora do lar. Além disso, 24,5% afirmaram que pretendem fazer a comemoração em casa e 16% na casa de familiares. Apenas 39,3% informaram que não irão comemorar, enquanto 3,1% optaram por outras formas de celebração.

Comparando com os anos anteriores, o dado mais marcante é a tendência de recuperação das comemorações presenciais desde o impacto da pandemia em 2021, quando 80,2% disseram que não iriam comemorar e apenas 1,7% planejavam ir a restaurantes. O índice de 17,2% em 2025 representa mais que o dobro do registrado em 2023 (8,2%) e um avanço considerável em relação a 2024 (11,3%). Já o percentual dos que não pretendem comemorar manteve relativa estabilidade nos dois últimos anos, com leve queda de 40,3% em 2024 para 39,3% em 2025, ainda distante dos níveis pré-pandêmicos como em 2019, quando 39,9% não celebrariam a data, mas com proporção significativamente menor dos que buscavam experiências em restaurantes (29,7%).

Tabela 11 Como pretende comemorar o Dia das Mães deste ano?

	2019	2021	2022	2023	2024	2025
Almoço/jantar em casa	14,1%	11,6%	29,6%	30,1%	30,6%	24,5%
Almoço/jantar em um restaurante	29,7%	1,7%	2,9%	8,2%	11,3%	17,2%
Almoço/jantar na casa de familiar	16,3%	3,4%	16,6%	12,9%	14,8%	16%
Outros	0%	3,1%	3,3%	3,8%	3%	3,1%
Não irá comemorar	39,9%	80,2%	47,7%	45%	40,3%	39,3%

A principal característica considerada na escolha do local para comemorar o Dia das Mães entre os consumidores de Mossoró continua sendo a conveniência para os familiares comparecerem, apontada por 44,2% dos entrevistados. No entanto, houve uma queda expressiva em relação aos dois anos anteriores — 53,5% em 2024 e 57,3% em 2023 — indicando um movimento de diversificação dos critérios adotados. A preferência da mãe ou o desejo dela em conhecer determinado local ganhou destaque este ano, sendo mencionada



por 24,4% dos entrevistados, o maior percentual da série histórica, refletindo uma valorização mais afetiva e personalizada da comemoração.

O fator preço também cresceu em importância, citado por 16,8% em 2025 contra 10,9% no ano anterior, evidenciando uma sensibilidade maior ao custo da celebração, mesmo diante do aumento do gasto médio registrado na pesquisa. O atendimento, embora ainda citado por uma parcela menor (8,6%), apresentou crescimento contínuo desde 2023, quando era de apenas 2,8%. Por outro lado, a categoria “Outros”, que anteriormente concentrava respostas variadas (36,4% em 2022), caiu significativamente para 5,9% em 2025, sugerindo maior clareza e objetividade nas motivações do consumidor ao decidir sobre o local da comemoração.

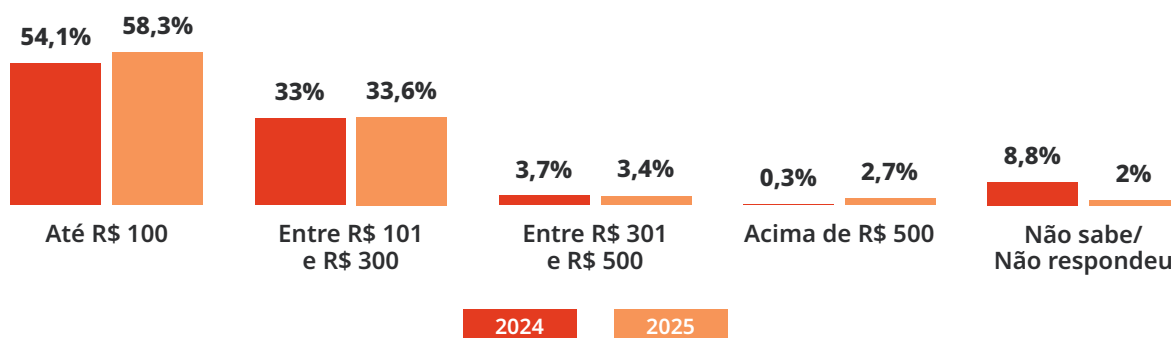
Tabela 12 **Características do local:**

	2022	2023	2024	2025
Conveniência para familiares comparecerem	33,2%	57,3%	53,5%	44,2%
Lugar que a mãe escolheu, ou tem desejo de conhecer	15%	13,3%	17,5%	24,4%
Atendimento	9,3%	2,8%	5,3%	8,6%
Preço	6,1%	11,7%	10,9%	16,8%
Outros	36,4%	14,9%	12,9%	5,9%

A maior parte dos consumidores mossoroenses pretende gastar até R\$ 100 nas comemorações do Dia das Mães, percentual que representa 58,3% dos entrevistados. A segunda faixa mais citada foi a de R\$ 101 a R\$ 300, com 33,6%, seguida de longe pelas faixas superiores: 3,4% pretendem gastar entre R\$ 301 e R\$ 500, e 2,7% acima de R\$ 500. Apenas 2% mencionaram outras faixas ou não especificaram.

Em comparação com 2024, nota-se um leve aumento na parcela de consumidores com intenção de gastar até R\$ 100 (de 54,1% para 58,3%), o que indica uma tendência de maior cautela financeira, apesar do crescimento do tíquete médio para presentes. Por outro lado, a participação daqueles que pretendem gastar acima de R\$ 500 passou de apenas 0,3% em 2024 para 2,7% em 2025 — um avanço modesto, mas que pode sinalizar um pequeno nicho de consumidores dispostos a realizar comemorações mais sofisticadas ou personalizadas. A categoria “Outros” caiu significativamente, de 8,8% para 2%, demonstrando respostas mais objetivas neste ano.



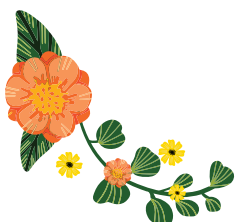
Gráfico 13 Valor que pretende investir na comemoração:

O gasto médio com as comemorações do Dia das Mães entre os consumidores mossoroenses foi de R\$ 152,54, um aumento em relação ao valor registrado em 2024, que foi de R\$ 136,73. Esse crescimento representa uma variação positiva de 11,6% no comparativo anual, indicando um leve aquecimento nos gastos relacionados às celebrações da data, mesmo diante da maior proporção de consumidores concentrando seus gastos em faixas inferiores (até R\$ 100).

Gráfico 14 Valor médio investido nas comemorações:

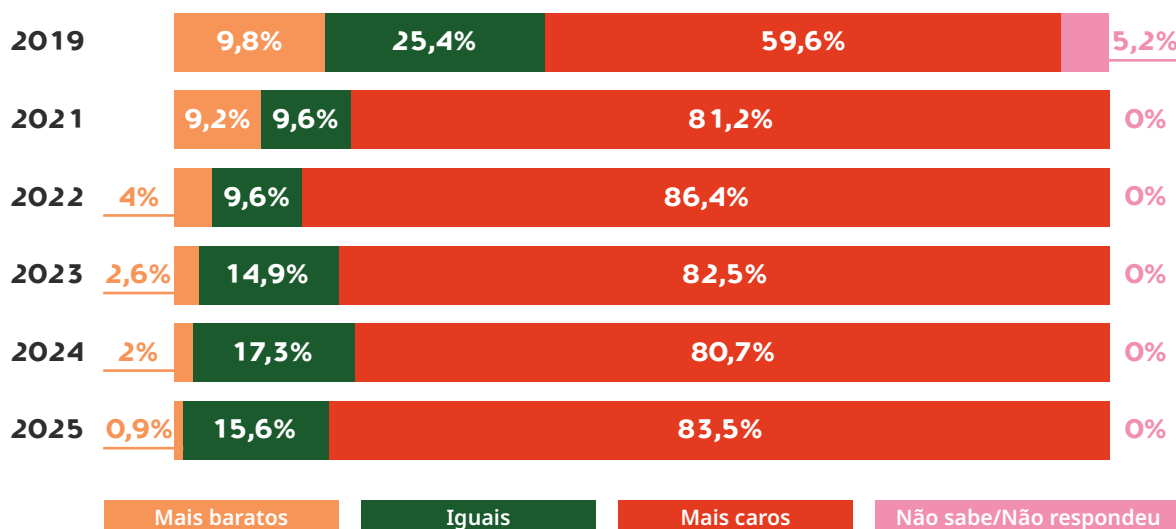
Momento

A percepção dos consumidores sobre os preços dos produtos para o Dia das Mães em 2025 segue majoritariamente negativa: 83,5% acreditam que os preços estarão mais caros, percentual que se mantém elevado desde 2021, quando essa percepção atingiu 81,2%, e que oscilou levemente nos anos seguintes: 86,4% em 2022, 82,5% em 2023 e 80,7% em 2024. A proporção dos que esperam estabilidade nos preços é de 15,6%, maior que os 14,9% registrados em 2023, porém ainda inferior ao pico observado em 2019 (25,4%). Apenas 0,9% consideram que os produtos estarão mais baratos em 2025 — o menor índice da série histórica, sinalizando uma percepção cada vez mais consolidada de encarecimento.



Apesar desse cenário, o aumento do gasto médio com as comemorações em 2025 em relação ao ano anterior indica que, mesmo diante da expectativa de preços mais altos, os consumidores demonstram disposição em manter ou ampliar seus investimentos na celebração da data.

Gráfico 15 Quanto aos preços cobrados por produtos durante o Dia das Mães, acha que estarão:



A pesquisa destaca uma melhora na percepção sobre o momento para compras em comparação aos anos anteriores. A soma das avaliações positivas (“ótimo” e “bom”) alcançou 36,5%, superando os 28,7% registrados em 2024 e se consolidando como o maior percentual desde o início da série analisada. O destaque vai para o aumento expressivo da opção “ótimo”, que subiu para 7,1%, contra 1,2% no ano anterior — o maior valor desde 2019 (3,8%).

Apesar disso, ainda há uma parcela significativa dos consumidores que avaliam o momento como negativo: 27,3% o consideram “ruim” ou “péssimo”, um aumento em relação a 2024 (15,5%), embora ainda inferior aos percentuais observados em 2021 (52,7%) e 2022 (26%). Já as avaliações “regulares” continuam expressivas, mas caíram de 55,8% em 2024 para 36,2% em 2025, indicando maior polarização entre opiniões positivas e negativas.

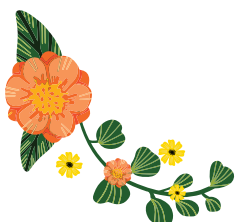


Gráfico 16 Avaliação do atual momento para compra de produtos:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo
2019	😊 3,8%	😊 21,5%	😐 49,4%	😞 14,9%	😡 10,4%
2021	😊 0,8%	😊 10,8%	😐 35,7%	😞 33,5%	😡 19,2%
2022	😊 0,9%	😊 27,8%	😐 45,3%	😞 21,2%	😡 4,8%
2023	😊 0,4%	😊 18%	😐 58,2%	😞 20,4%	😡 3%
2024	😊 1,2%	😊 27,5%	😐 55,8%	😞 14,7%	😡 0,8%
2025	😊 7,1%	😊 29,4%	😐 36,2%	😞 23,5%	😡 3,8%

Em 2025, observa-se uma leve piora na percepção dos consumidores mossoroenses sobre a situação financeira familiar em relação ao ano anterior. O percentual dos que afirmam estar em melhor situação caiu de 35,9% em 2024 para 23,9% em 2025, interrompendo a tendência positiva observada entre 2022 e 2024. Paralelamente, aumentou o número de pessoas que dizem estar em pior situação, passando de 8,4% para 14,2%, o maior índice desde 2023.

Apesar disso, a maioria segue avaliando a situação como igual à do ano anterior (61,9%), percentual que se manteve relativamente estável em relação a 2023 (59,4%) e 2024 (55,8%). Ainda que o cenário de 2025 não retome os níveis otimistas de 2024, ele permanece melhor do que os registrados nos anos de 2021 (apenas 6,4% avaliavam estar melhores) e 2023 (21,8%), indicando certa resiliência no poder de compra das famílias.

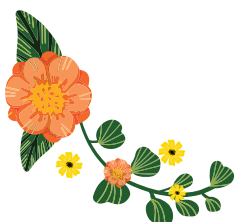
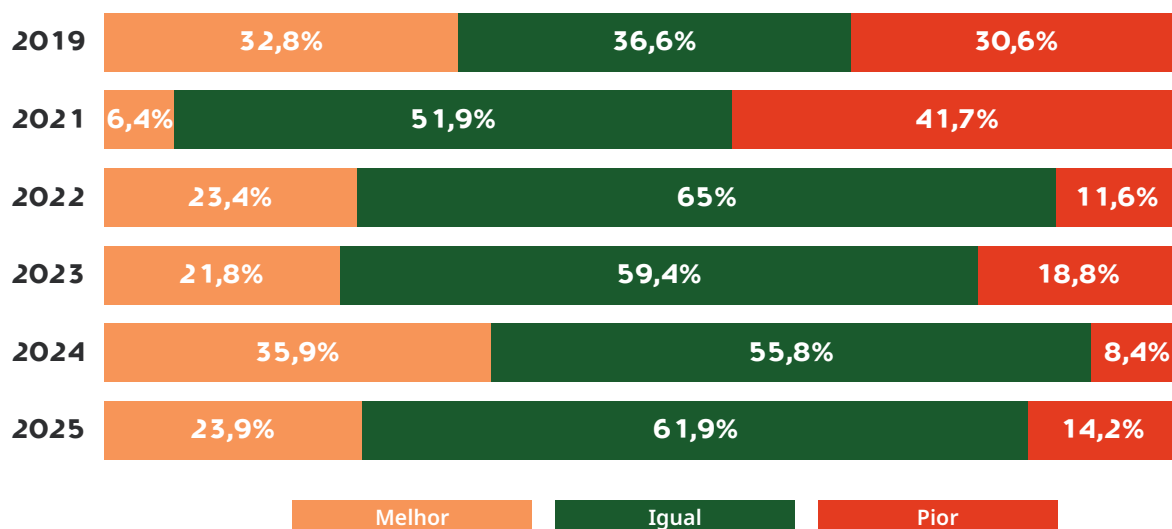


Gráfico 17 Pensando na situação atual como está financeiramente sua família em relação a um ano?



A expectativa das famílias em relação ao futuro financeiro segue predominantemente otimista. 72,1% acreditam que estarão em melhor situação daqui a um ano, mantendo o mesmo patamar de otimismo registrado em 2024 — o mais alto da série histórica desde 2019, quando o otimismo alcançou 76,4%. Além disso, observa-se uma baixa proporção de pessimismo, com apenas 1% prevendo piora na condição financeira, valor próximo ao menor nível já registrado (0,6% em 2024).

O percentual dos que acreditam que estarão na mesma situação permaneceu estável (de 27,3% em 2024 para 26,9% em 2025), indicando continuidade na percepção de estabilidade econômica. Em comparação com os anos mais críticos, como 2021 (quando apenas 60,7% esperavam melhora), os dados atuais demonstram uma recuperação da confiança na economia familiar.

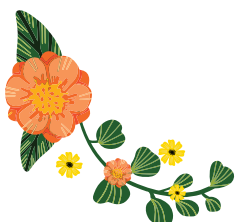
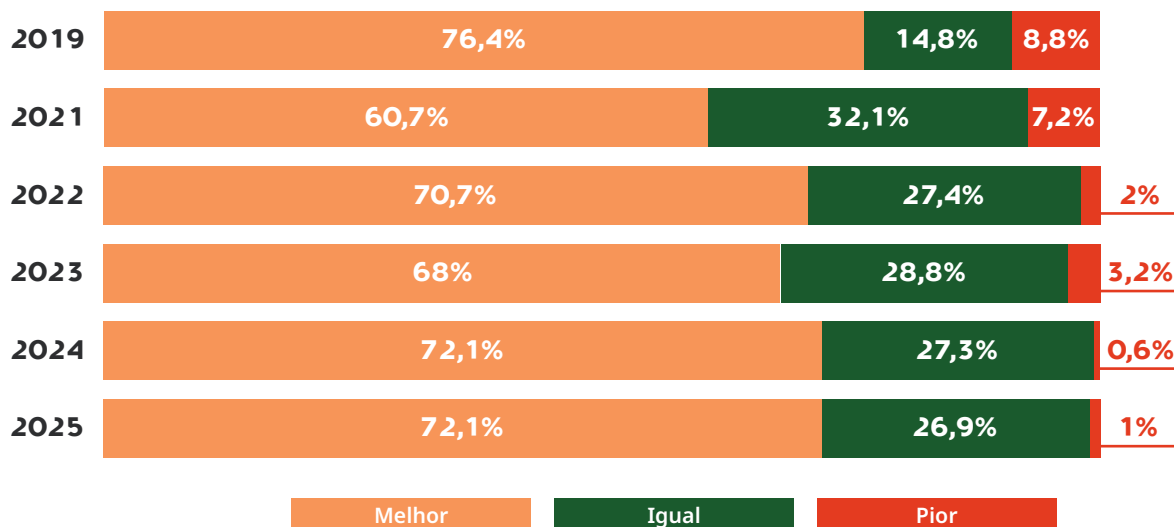


Gráfico 18

Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como acha que estará financeiramente sua família daqui a um ano?



Movimentação econômica

Em 2025, a movimentação econômica total relacionada ao Dia das Mães no Rio Grande do Norte foi estimada em R\$ 589,0 milhões, representando um crescimento de 12,5% em relação a 2024. Em Natal, o volume movimentado passou de R\$ 174,8 milhões para R\$ 195,9 milhões, aumento de 12,1%, enquanto em Mossoró, o montante subiu de R\$ 33,6 milhões para R\$ 37,9 milhões, incremento de 12,8%. Esses dados evidenciam uma ampliação significativa do impacto econômico da data em todas as principais regiões analisadas.

No recorte exclusivo das compras de presentes, a movimentação financeira no RN foi de R\$ 314,9 milhões em 2025, contra R\$ 287,0 milhões no ano anterior — um aumento de 9,7%. Em Natal, o crescimento foi de 7,6%, com o valor saltando de R\$ 96,8 milhões para R\$ 104,2 milhões. Já em Mossoró, a movimentação com presentes chegou a R\$ 20,5 milhões, uma elevação de 12,6% frente aos R\$ 18,2 milhões registrados em 2024.

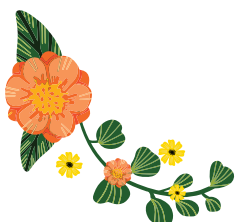
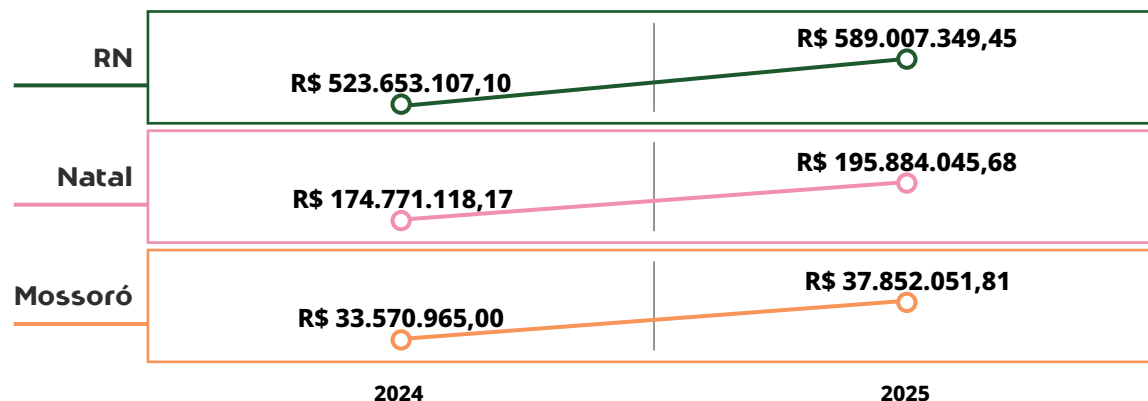
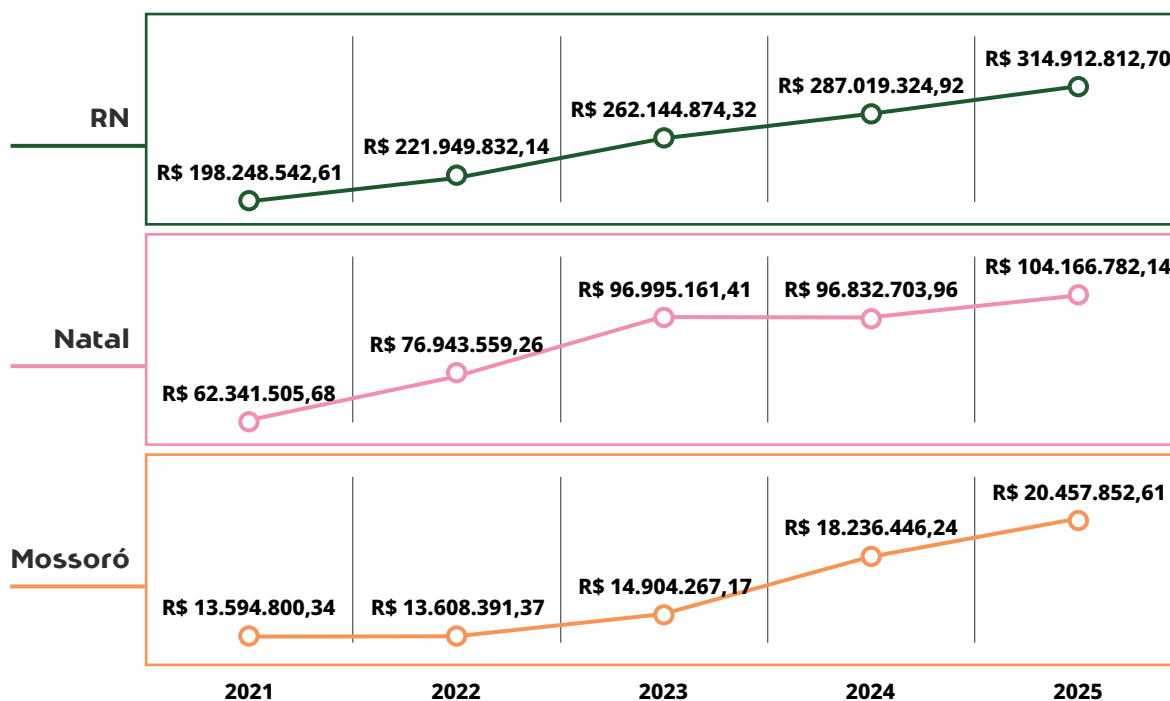
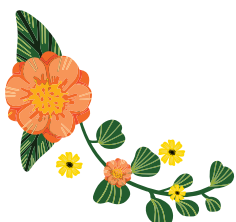


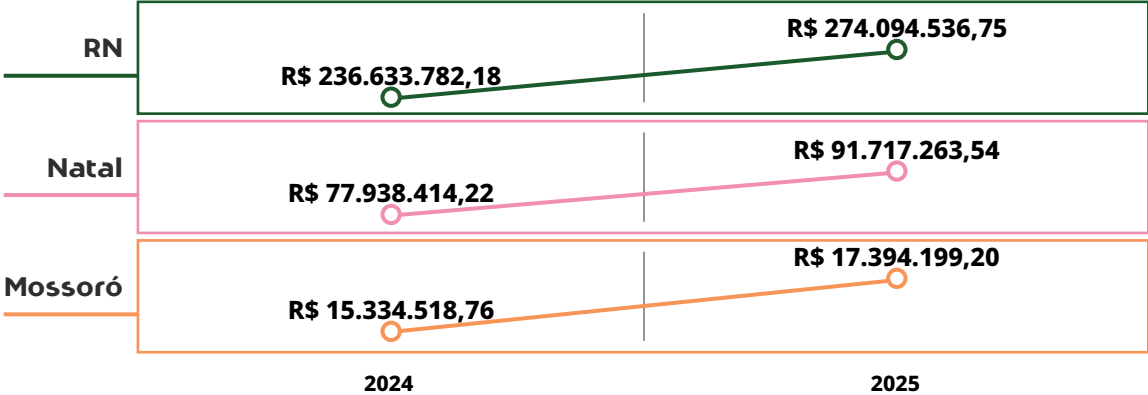
Gráfico 19 Estimativa de movimentação geral:**Gráfico 20** Estimativa de movimentação com presentes:

Considerando comemorações especiais, como almoços ou jantares fora de casa, viagens ou eventos, a movimentação no RN saltou de R\$ 236,6 milhões para R\$ 274,1 milhões, um aumento expressivo de 15,8%. Em Natal, o crescimento foi de 17,7%, com os gastos subindo de R\$ 77,9 milhões para R\$ 91,7



milhões, enquanto em Mossoró o acréscimo foi de 13,4%, totalizando R\$ 17,4 milhões em 2025. Esses números reforçam o peso crescente das experiências comemorativas na movimentação econômica do Dia das Mães.

Gráfico 21 Estimativa de movimentação com comemorações especiais:






Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio